



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE MARKETING

1. Datos generales

Materia: COMERCIALIZACIÓN, COMUNICACIÓN Y
Código: MTC0031
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2021 a Febrero-2022
Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO
Correo electrónico: mrios@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
0	64	16	80	160

Prerrequisitos:

Código: FAM0013 Materia: EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN
 Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

La asignatura de Prácticas II permite la aplicación de los conocimientos adquiridos en las distintas materias de ciclos anteriores relacionadas con el Marketing, Comunicación, Marketing Estratégico, Publicidad, etc.

Esta materia está enlazada directamente con las prácticas I de Investigación de Mercado, ya que es indispensable para poder tomar decisiones dentro de los planes de Comercialización, Promoción y Publicidad. Y se enlaza con las prácticas III de Vinculación con la sociedad ya que generan experiencia para poder ayudar a grupos vulnerables.

Es importante porque ayuda al estudiante a tener una vivencia cercana a la realidad de la empresa, enfrentándose a las diferentes actividades que debe desarrollar y aplicando los conocimientos adquiridos durante la carrera.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

003. Gestiona discursos académicos pertinentes a sus diferentes contextos disciplinares.

Evidencias

-Genera conocimientos a través del desarrollo de la práctica

-null

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	Nota final		NOTA FINAL	50	Semana: 21 (07-FEB-22 al 07-FEB-22)

Metodología

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Trabajo de campo y creación de productos y estrategias comerciales	Autónomo
Creación de estrategias comerciales	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BELCH, George, BELCH, Michael	Mc Graw Hill Interamericana	Publicidad y Promoción: Perspectiva de la comunicación de Marketing Integra	2005	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **04/03/2022**

Estado: **Aprobado**